

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan analisa pembahasan, kemudian peneliti mendapati titik akhir jawaban pada poin berikut:

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap pembelian: promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian di *coffee shop* "kopi teman lama" Mojokerto, dengan koefisien regresi sebesar 0.485 dan nilai t sebesar 4.489.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian: kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang lebih kuat terhadap pembelian dibandingkan promosi, dengan koefisien regresi sebesar 0.874 dan nilai t sebesar 6.992, menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Kedua variabel signifikan secara simultan: uji f menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian, dengan nilai f hitung sebesar 72.621 dan nilai signifikansi 0.000. ini berarti bahwa model regresi yang melibatkan kedua variabel ini dapat menjelaskan 57.6% variasi dalam pembelian

#### **5.2 Saran**

1. Fokus pada peningkatan kualitas pelayanan: mengingat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap pembelian, *coffee shop* "kopi teman lama" harus terus meningkatkan aspek-aspek pelayanan seperti

kecepatan, keramahan staf, kebersihan, dan kenyamanan. pelatihan rutin untuk staf dan survei kepuasan pelanggan dapat membantu mengidentifikasi area yang perlu perbaikan.

2. Pengembangan strategi promosi yang inovatif: strategi promosi yang efektif tetap penting untuk menarik pelanggan baru dan mendorong pembelian. manajemen dapat mengembangkan program diskon, penawaran khusus, dan program loyalitas untuk menarik lebih banyak pelanggan. kolaborasi dengan bisnis lokal dan promosi di media sosial juga bisa menjadi strategi yang efektif.
3. Evaluasi dan penyesuaian rutin: manajemen harus melakukan evaluasi rutin terhadap strategi promosi dan kualitas pelayanan yang diterapkan. melalui feedback pelanggan dan analisis data penjualan, *coffee shop* dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk memastikan strategi yang diterapkan tetap efektif dan relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Dengan fokus pada kedua aspek ini, *Coffee shop* "Kopi Teman Lama" dapat meningkatkan pembelian dan membangun basis pelanggan yang loyal, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.